



6º Encontro Internacional de Política Social
13º Encontro Nacional de Política Social
Tema: Duzentos anos depois: a atualidade de Karl
Marx para pensar a crise do capitalismo
Vitória (ES, Brasil), 4 a 7 de junho de 2018

Eixo: Democracia, participação e movimentos sociais.

**MIDIATIVISMO NO FACEBOOK: NINJA ES E AS NARRATIVAS
INDEPENDENTES NO #OCUPAES**

Ana Paula Miranda Costa Bergami¹

Resumo: O artigo estabelece uma análise da produção de narrativas biopolíticas do coletivo Ninja ES no Facebook em outubro, novembro e dezembro de 2016, durante a ocupação das escolas públicas do Espírito Santo e da sede da Secretaria de Estado da Educação (Sedu) pelos secundaristas. Na época, os estudantes protestavam contra a proposta do governo federal de reforma do ensino médio e contra a PEC 55, entre outras pautas. Realizamos uma coleta de dados da *fanpage* dos midiativistas no Facebook, e partir dos resultados, identificamos os sintagmas mais frequentes nas postagens dos midiativistas sobre as ocupações, evidenciando o respectivo desenvolvimento temático das narrativas do período.

Palavras-chave: Midiativismo; Facebook; Ocupações; Ativismo digital.

**MEDIA ACTIVISM: NINJA ES AND THE INDEPENDENT NARRATIVES
DURING THE #OCUPAES**

Abstract: This paper analyzes the production of biopolitical narratives of the free media collective Ninja ES during the school occupation days in Espírito Santo in 2016, an event that became known as #OcupaES. At the time, the students protested against the federal proposal for high school reform and against PEC 55, which provided a 20-year public spending ceiling. The analysis includes postings made in the fanpage of the collective Ninja ES on Facebook, held in October, November and December 2016. From the data modeling, we identified the most frequent phrases in the postings of the activists about the occupations, evidencing the respective thematic development of the narratives of the period.

Keywords: Media activism; Occupation; Facebook; Digital activism.

Introdução

A difusão das redes de comunicação horizontais modificou drasticamente a prática de poder em várias dimensões institucionais e sociais. No cenário cotidiano midiático, a sociedade civil e atores sociopolíticos não institucionais passaram a ter uma maior influência na dinâmica das relações de poder (CASTELLS, 2015), postando conteúdo nos sites de redes sociais e mobilizando suas audiências em torno de agendas específicas, inclusive dos movimentos sociais.

¹ Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes). Bacharel em Comunicação (Jornalismo) pela Ufes. Graduanda em Letras Portugêses (Ufes). Pesquisadora do Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic) da Ufes. E-mail: <anapaulamirandacosta@hotmail.com>.

É o caso do coletivo Ninja ES, sediado em Vitória (ES), que dá ampla divulgação às lutas das ruas em sua página no Facebook, que possui 37.045 curtidas². O grupo tem como objetivo “fazer circular as informações que vem dos gritos da rua, dos movimentos sociais, dos coletivos, das lutas”, buscando “denunciar, fiscalizar e cobrar”³. Os ciberativistas explicam que fazem “cobertura com narrativas e fotos atualizadas em tempo real conforme os ocorridos e transmissões *streaming* ao vivo”⁴ de eventos com forte teor social. A página foi criada em 7 de setembro de 2013⁵, com o objetivo de ser uma mídia independente com denúncias e investigação⁶. O grupo capixaba surgiu inspirado no Mídia Ninja nacional, instituído a partir das jornadas de junho de 2013⁷. Apesar de remeter à tradicional arte marcial oriental, a sigla Ninja significa Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação⁸, e seus ativistas são chamados de “ninjas”.

Os midiativistas postam conteúdo de relevância jornalística sobre temas variados, dentro da temática social com um viés mais contestador. As colaborações de outros internautas são aceitas, desde que submetidas anteriormente ao moderador do coletivo. Observamos que é um padrão dos ciberativistas postar fotos e vídeos anônimos, sem identificar seus autores. O conteúdo anonimizado é apresentado como tendo sido elaborado pelo coletivo. Além disso, percebemos que o grupo tem exclusividade de publicação da indignação dos movimentos sociais, considerando que a mídia tradicional, ancorada em grandes patrocinadores, dá pouco espaço para os conteúdos que chegam das lutas das ruas.

Sendo assim, partimos do pressuposto de que o grupo de mídia livre Ninja ES utiliza a capacidade de criar conteúdos independentes nos sites de redes sociais para mobilizar e engajar novos voluntários no ciberespaço, por meio da construção colaborativa de narrativas feitas por diferentes atores que leva a uma pluralidade de opiniões no ciberespaço, criando uma resistência midiática. Entendemos que o coletivo Ninja ES oferece uma relevante formação discursiva biopolítica, capaz de dar visibilidade àquilo que se oculta ou se criminaliza na imprensa. Além disso, consideramos que os

² Informação disponível em: <<https://www.facebook.com/ESNINJAES/>>. Acesso em: 31 jan. 2018.

³ Informação disponível em: <<https://www.facebook.com/ESNINJAES/>>. Acesso em: 31 jan. 2018.

⁴ Informação disponível em: <<https://www.facebook.com/ESNINJAES/>>. Acesso em: 31 jan. 2018.

⁵ Informação disponível em: <<https://www.facebook.com/ESNINJAES/>>. Acesso em: 31 jan. 2018.

⁶ Informação disponível em: <<https://www.facebook.com/ESNINJAES/>>. Acesso em: 31 jan. 2018.

⁷ Informação disponível em: <<https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-14113-midia-ninja-u-m-fenomeno-de-jornalismo-alternativo-que-emergiu-dos-protestos-no-rio-de->>. Acesso em: 31 jan. 2018.

⁸ Informação disponível em: <<https://www.facebook.com/MidiaNINJA/>>. Acesso em: 31 jan. 2018.

“ninjas”, nomenclatura pela qual os ativistas são conhecidos popularmente, modificaram estéticas, estruturas narrativas e a posição de sujeito (que se oculta) da deontologia jornalística, ao postar conteúdo em movimento, anônimo e com caráter colaborativo, por meio de ativistas que desconheciam um maior rigor formal das rotinas produtivas jornalísticas.

A partir de uma coleta de dados, propomos estabelecer uma análise da produção de narrativas do Ninja ES no Facebook em outubro, novembro e dezembro de 2016, durante a ocupação de escolas públicas no Espírito Santo, além da sede da Secretaria de Estado da Educação do Espírito Santo (Sedu) pelos secundaristas. Nosso objetivo é identificar os sintagmas mais frequentes nos textos dos midiativistas, evidenciando o respectivo desenvolvimento temático para, então, elencar e refletir sobre as categorias de notícia emergentes durante os dias de ocupação, criando assim um *corpus* para analisar narrativas midiáticas de protestos sobre ocupações escolares.

Midiativismo e contrapoder

Para compreender a lógica das redes digitais colaborativas, consideramos importante analisar o trabalho dos coletivos de mídia, quando anônimos se apropriam das ferramentas comunicacionais e passam a produzir seu próprio conteúdo, em um modelo de autocomunicação de massa (CASTELLS, 2015; CASTELLS, 2013), estabelecido com base em redes horizontais de comunicação multidirecional, interativa e sem fio. A autocomunicação de massa “[...] aumenta as oportunidades de mudança social, sem, no entanto, definir o conteúdo e o objetivo dessa transformação” (CASTELLS, 2015, p. 26).

Esse modelo contemporâneo de difusão, com redes horizontais em que as pessoas podem se associar livremente, modificou drasticamente a prática de poder em várias dimensões institucionais e sociais, “[...] aumentando a influência da sociedade civil e de atores sociopolíticos não institucionais na forma e na dinâmica das relações de poder” (CASTELLS, 2015, p. 33).

De fato, entendemos que as mídias eletrônicas trazem consigo uma força mobilizadora, sendo que, “[...] pela primeira na história, as mídias tornam possível a participação em massa de um processo produtivo social e sociabilizado, cujos meios práticos encontram-se nas mãos das próprias massas” (ENZENSBERGER, 2003, p. 16). Esse novo modelo de mídia traz um formato igualitário, pois permite que todos possam

participar, por meio da conexão (ENZENSBERGER, 2003). Sendo assim, como todos ganham voz a partir do acesso à internet, “[...] as novas mídias têm a tendência a eliminar todos os privilégios de formação, e com isso também o monopólio cultural da inteligência burguesa” (ENZENSBERGER, 2003, p. 39).

Nesse cenário, as novas mídias estão ligadas à ação e à instantaneidade do momento, em contraposição à contemplação e à tradição da mídia hegemônica anteriormente constituída, que costumava ter o monopólio da indústria da consciência (ENZENSBERGER, 2003). Para se alcançar a emancipação política por meio das novas mídias, Enzensberger (2003) aponta que as massas auto-organizadas devem adotar um modelo de produção coletiva que entende os até então receptores como sendo emissores em potencial.

Entendemos que atualmente a comunicação integra o plano sistêmico da estrutura de poder e que as redes comunicativas são fontes decisivas de construção desse poder (CASTELLS, 2013), sendo que o contrapoder é desempenhado “[...] reprogramando-se as redes em torno de outros interesses e valores, e/ou rompendo as alternâncias predominantes” (CASTELLS, 2013, p. 17-18). Por poder se define uma relação entre parceiros, sendo que o exercício do poder “[...] é um modo de ação de alguns sobre outros” (FOUCAULT, 1995, p. 242). Nesse sentido, uma sociedade em que não há tensão e relações de poder “[...] só pode ser uma abstração” (FOUCAULT, 1995, p. 246).

Partimos do pressuposto de que os ativistas do coletivo de mídia livre Ninja ES são atores da mudança social, que exercem o contrapoder construindo-se por meio de um processo de comunicação autônoma, livre do controle dos que detêm o poder institucional (CASTELLS, 2013). Ao produzir narrativas próprias e desenvolver uma rede autônoma de comunicação horizontal, os ativistas “[...] subvertem a prática da comunicação tal como usualmente se dá, ocupando o veículo e criando a mensagem” (CASTELLS, 2013, p. 18). Acreditamos que, na sociedade em rede, a autonomia de comunicação é construída na internet e nas plataformas de comunicação sem fio, com as redes sociais digitais oferecendo a possibilidade de coordenar ações de forma amplamente desimpedida (CASTELLS, 2013).

Sendo assim, consideramos que o Ninja ES promove um embate com a mídia corporativa na disputa pela construção de discursos midiáticos. O midiativista surge como um hacker das narrativas, “[...] um tipo de sujeito que produz, continuamente, narrativas sobre acontecimentos sociais que destoam das visões editadas pelos jornais, canais de TV

e emissoras de rádio de grandes conglomerados de comunicação” (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 23). Ao postar o conteúdo no ciberespaço, os midiativistas geram um ruído “[...] cujo principal valor é de dispor uma visão múltipla, conflitiva, subjetiva e perspectiva sobre o acontecimento passado e sobre os desdobramentos futuros de um fato” (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 23).

Biopolítica e mídia radical alternativa

A transformação e a libertação social só podem ser conduzidas atualmente com base na multidão (HARDT; NEGRI, 2014). Hardt e Negri trabalham com o conceito de biopolítica, que é “[...] o poder da vida de resistir e determinar uma produção alternativa de subjetividade” (HARDT; NEGRI, 2016, p. 74). Para eles, “[...] o biopoder situa-se acima da sociedade, como uma autoridade soberana, e impõe a sua ordem. A produção biopolítica, em contraste, é imanente à sociedade, criando relações e formas sociais através de formas colaborativas de trabalho” (HARDT; NEGRI, 2014, p. 135).

A produção biopolítica permite a criação de novas subjetividades, apresentadas ao mesmo tempo como resistência e dessubjetivação (HARDT; NEGRI, 2016). A biopolítica tem caráter de acontecimento, no sentido de que “[...] ‘a intransigência da liberdade’ perturba o sistema normativo” (HARDT; NEGRI, 2016, p. 76). Para eles, “[...] o acontecimento biopolítico vem do exterior, na medida em que rompe a continuidade da história e a ordem existente, mas não deve ser entendido apenas negativamente, como ruptura, mas também como inovação” (HARDT; NEGRI, 2016, p. 76).

Hardt e Negri (2016) relacionam o conceito de biopolítica com o de multidão. Nesse sentido, o acontecimento biopolítico representa a produção de vida como sendo um ato de resistência e de liberdade. Dentro desse contexto, surge a multidão, como uma verdadeira estratégia política: “[...] biopolítica é uma relação *partisan* entre subjetividade e história que é moldada por uma estratégia multitudinária, formada por acontecimentos e resistências e articulada por um discurso que vincula o processo decisório político à construção de corpos em luta” (HARDT; NEGRI, 2016, p. 78-79). Os acontecimentos de resistência são fundamentais nesse prisma, pois são dotados de poder, capazes de escapar ao controle e de criar um novo mundo (HARDT; NEGRI, 2016).

A multidão, disposta das plataformas digitais móveis conectadas à internet, torna-se então capaz de assumir uma postura de ativismo midiático, indo na contramão dos bloqueios da expressão pública. Acreditamos que o coletivo Ninja ES estabelece uma dinâmica que se assemelha ao modelo de mídia radical alternativa (DOWNING, 2002), quando verificamos o contexto e as consequências de suas atividades, sobretudo na ocasião das ocupações escolares no Espírito Santo. Por meio de sua atuação durante as ocupações, os “ninjas” romperam regras, sem motivação financeira, fazendo oposição direta à estrutura de poder (verticalmente) e conquistando apoiadores em um formato de solidariedade (horizontalmente).

O Ninja ES deu espaço a todo um movimento estudantil com amplo apelo social, com uma pauta de reivindicações muitas vezes ignorada pela mídia tradicional capixaba. Entre as consequências de assumir a postura de mídia radical alternativa, havia o próprio risco da atividade, sob forte opressão policial e judicial, por exemplo.

Narrativa e acontecimento

A produção de narrativas a partir das lutas dos movimentos sociais é uma das premissas de trabalho do coletivo Ninja ES para conquistar engajamento no Facebook. Com fotos, vídeos e textos com forte apelo testemunhal, os midiativistas criam uma agenda própria, muitas vezes com um sentido contra-hegemônico ao que está sendo veiculado nos meios de comunicação capixabas hegemônicos.

A capacidade de estabelecer narrativas é uma das estratégias de sedução da audiência. Entendemos que o texto narrativo “[...] será aquele em que um agente relate uma história” (SODRÉ, 2012, p. 203). Muniz Sodré (2012) cita Paul Ricoeur para estabelecer que “[...] narrativa articula o tempo do mundo à experiência humana e à linguagem, permitindo que o leitor ou o ouvinte vivencie imaginariamente os acontecimentos relatados” (SODRÉ, 2012, p. 205). Narrar, no fim das contas, significa contar uma história (SODRÉ, 2012), sendo que “[...] um acontecimento é a transição de um estado a outro [...]” (SODRÉ, 2012, p. 203), dois conceitos que caminham juntos.

As narrativas trazem acontecimentos, uma espécie de recorte da realidade, uma “[...] modalidade clara e visível de tratamento do fato” (SODRÉ, 2012, p. 36-37). Portanto, partimos da ideia de que o acontecimento “[...] é uma construção ou uma

produção de real, atravessada pelas representações da vicissitude da vida social” (SODRÉ, 2012, p. 36-37).

Os midiativistas produzem uma profusão de relatos, imagens e vídeos, portanto entendemos que esses fragmentos, muitas vezes não lineares e interativos, estão estabelecendo uma forma *sui generis* de narração (SODRÉ, 2012). Nesta perspectiva, “[...] o fluxo textual em convergência técnica pode ser descrito como uma forma de experiência em que a visão e o acontecimento assumem a dominância” (SODRÉ, 2012, p. 188). Apesar da falta de uma linearidade na enunciação, com uma sequência cronológica e crescente dos eventos relatados, os ativistas conseguem estabelecer uma narrativa. Isso porque, “[...] o que realmente integra temporalmente os acontecimentos no relato é o pano de fundo constituído pelo enredo” (SODRÉ, 2012, p. 189).

Em oposição às narrativas, está o estilo jornalístico empreendido atualmente nas redações jornalísticas brasileiras, amparado por uma prática profissional formalmente estabelecida, que se diferencia da narrativa por, entre outros elementos, ter um espírito de concisão e síntese, além de “[...] fluência, clareza, objetividade, correção gramatical, sem asperezas linguísticas” (SODRÉ, 2012, p. 208). O texto informativo suprime consideravelmente o caráter testemunhal e emotivo das narrativas, “[...] em benefício de uma comunicabilidade indistinta” (SODRÉ, 2012, p. 207). Ou seja, a linguagem se distancia das dos grupos sociais e ganha um rigor da norma padrão vigente na sociedade.

Convergência midiática e atos de jornalismo

Os sites de redes sociais representam um espaço de trocas e interações que determinam a sociabilidade contemporânea, na qual os indivíduos realizam processos de participação e discussão de temas relacionados às suas vivências individuais e coletivas. Essas ferramentas são hoje uma tendência importante para a sociedade, pois transformam a cultura ao induzir ao compartilhamento. Nos sites de redes sociais, os usuários produzem e publicam conteúdo como texto, imagens e vídeos, estabelecendo vínculos e conectando práticas (CASTELLS, 2013).

Dentro desse cenário midiático atual, em que novos atores dotados de dispositivos móveis permanecem conectados à internet, a construção das narrativas transmidiáticas apresenta-se mais complexa, na medida em que as leituras resvalam do campo simbólico para a materialidade da navegação. A experimentação na rede digital

transfigura, e pode, de certa maneira, estender a especificidade dos registros em fotos e vídeos em sites de redes sociais como o Facebook, que passam a compor simultaneamente narrativas lineares e hipertextuais.

O cenário cotidiano experimenta a cultura da convergência, “[...] onde velhas e novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, o poder do produtor e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (JENKINS, 2009, p. 343). Por convergência, entendemos que é uma alteração de fluxo na produção de conteúdo por meio de múltiplas plataformas, que tem como consequência uma transformação cultural, “[...] à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos” (JENKINS, 2009, p. 30). Os novos atores em cena estabelecem uma narrativa transmidiática, que “[...] se expande através de diferentes linguagens (verbal, icônica etc) e mídias (cinema, quadrinhos, televisão, videogames etc)” (SCOLARI, 2015, p. 8).

Apesar das narrativas terem suas peculiaridades em relação aos textos propriamente jornalísticos, que são elaborados dentro de uma lógica mercadológica e de uma rotina produtiva específica, os esforços de veicular narrativas com sentido contra-hegemônico nos sites de redes sociais, como é o caso do coletivo Ninja ES, podem ser considerados atos de jornalismo, feitos por amadores, que se apropriam das ferramentas tecnológicas para criar conteúdo em busca de engajamento no Facebook.

Consideramos que a produção narrativa biopolítica dos midiativistas, focada em relatos testemunhais, traz uma ligação direta com algumas das atividades entendidas como próprias da atividade jornalística, porém exercidas, neste caso específico do coletivo Ninja ES, por amadores que desconhecem grande parte das normas formais e práticas da deontologia profissional.

A atuação dos midiativistas acontece em um cenário de convergência em que as velhas e novas mídias colidem (JENKINS, 2009). Com as fronteiras sendo superadas, a mídia ganha um novo sentido, mais focado em seus usos do que propriamente em seus propósitos mercadológicos. Acreditamos que, no cenário midiaticizado, houve uma mudança fundamental na relação dos indivíduos com a mídia (JENKINS, 2009). A mídia tornou-se o “[...] tecido conjuntivo da sociedade [...]” (SHIRKY, 2011, p. 52), quando os indivíduos deixaram de apenas consumir mídia, passando a produzir conteúdo livremente.

A própria relação dos indivíduos com a mídia mudou: hoje, ela não é algo que as pessoas consomem, mas algo que as pessoas usam para se comunicar uns com os

outros, compartilhando conteúdos. Shirky (2011) explica que, anteriormente, havia uma divisão em mídia pública (como comunicação visual e impressa feita por um pequeno grupo de profissionais) e mídia pessoal (como cartas e telefonemas, feitos por cidadãos comuns). Neste cenário, “[...] essas duas formas estão fundidas” (SHIRKY, 2011, p. 53).

Clay Shirky (2012) estabelece que, neste novo contexto midiático, os atos de jornalismo se popularizam, tornando comum as narrativas multitudinárias para além da cultura profissional da imprensa. O autor pondera que “[...] nossas ferramentas sociais removem obstáculos mais antigos à expressão pública, eliminando assim os gargalos que caracterizavam os meios de comunicação de massa” (SHIRKY, 2012, p. 51). Sendo assim, “[...] o resultado é a amadorização em massa de esforços antes reservados a profissionais de mídia” (SHIRKY, 2012, p. 51).

Surge então uma nova revolução, ocasionada com a inclusão de amadores na produção de conteúdo na mídia, quando os indivíduos não precisam mais “[...] pedir ajuda ou permissão a profissionais para dizer as coisas em público” (SHIRKY, 2011, p. 50). A revolução acontece em um cenário propício, com novas ferramentas tecnológicas que permitem a expressão dos indivíduos sem a interferência de um moderador, por assim dizer, capaz de decidir o que pode ser publicado ou não, como acontecia anteriormente nas mídias tradicionais. Os usuários dos dispositivos tornam-se editores quando decidem publicar algo ou não nos sites de redes sociais. Dessa forma surge a revolução, quando a sociedade adota novos comportamentos, proporcionados pela tecnologia, mas não determinados especificamente por ela (SHIRKY, 2012).

Sendo assim, todo mundo torna-se um veículo de comunicação (SHIRKY, 2012), quando constatamos que qualquer indivíduo pode publicar qualquer coisa em qualquer momento, “[...] e no mesmo instante o material publicado torna-se globalmente disponível e facilmente encontrável. Se qualquer um pode ser editor, qualquer um pode ser jornalista” (SHIRKY, 2012, p. 64). A notícia, que até então era entendida como sendo o produto de uma rotina produtiva jornalística específica, com seus próprios valores-notícia e critérios de noticiabilidade institucionalizados, passa a ser aquilo que ecoa nos sites de redes sociais, em um formato essencialmente colaborativo, quando as pessoas podem compartilhar suas experiências com os demais indivíduos.

A partir dessa constatação, percebemos que a notícia “[...] deixa de ser uma prerrogativa institucional para ser parte de um ecossistema de comunicações, ocupando por uma mistura de organizações formais, coletivos informais e indivíduos” (SHIRKY,

2012, p. 60). Sendo assim, os veículos de comunicação tradicionais estão a cada dia mais perdendo a exclusividade de emissão de textos noticiosos para a sociedade, dando espaço para o até então consumidor de informação, que deixa sua posição passiva de receptor e torna-se também emissor, atuante na criação de conteúdo por meio das plataformas digitais conectadas à internet.

Metodologia e resultados

No presente trabalho, propomos uma análise de conteúdo das postagens da *fanpage* do coletivo Ninja ES, relacionadas à ocupação das escolas públicas capixabas e da sede da Secretaria de Estado da Educação do Espírito Santo (Sedu) pelos secundaristas. Na época das ocupações, os estudantes protestavam contra a proposta do governo federal de reforma do ensino médio e contra a PEC 55 (chamada de PEC 241 na Câmara), posteriormente aprovada em votação nas duas casas legislativas federais (Senado e Câmara). Nossa proposta é estabelecer os sintagmas mais frequentes nas postagens do Ninja ES, evidenciando o respectivo desenvolvimento temático, a partir de uma lógica enunciativa amparada pela autocomunicação de massa, quando amadores podem empreender atos de jornalismo.

A coleta de dados foi empreendida no dia 22 de junho de 2017, por meio do *script* Ford, desenvolvido pelos pesquisadores do Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic), localizado na Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes). O levantamento de material abrange o período de 17 de outubro a 5 de dezembro de 2016, quando foram gerados 941 posts veiculados pela *fanpage* do Ninja ES no Facebook. Após a análise do *dataset* completo, parte das postagens foi descartada por trazer conteúdo diverso, não se referindo às ocupações nem ao movimento gerado para contestar a votação da PEC 55. A amostra que trabalhamos corresponde a 743 postagens, constituindo nosso *corpus* de estudo.

Adotamos como metodologia de trabalho a análise de conteúdo, por entendermos que, na pesquisa qualitativa, podemos usar técnicas que permitem “[...] tornar replicáveis e válidas inferências sobre dados de um determinado contexto, por meio de procedimentos especializados e científicos” (MINAYO, 2007, p. 303). A análise temática surge como uma forma adequada de dar tratamento ao nosso *corpus* um tanto quanto extenso, com 743 publicações. Nosso estudo, buscamos identificar os núcleos de

sentido que compõem uma comunicação (MINAYO, 2007), cuja presença denota “[...] estruturas de relevância, valores de referência e modelos de comportamento presentes ou subjacentes no discurso” (MINAYO, 2007, p. 316).

Após a coleta empreendida, os dados das postagens foram inicialmente analisados, tipificados e separados em categorias semânticas de acordo com os termos mais recorrentes. Diagnosticamos inicialmente as seguintes grandes categorias nos posts: cobertura das ocupações escolares capixabas; cobertura de protestos sobre a PEC 55; viralização de temas nacionais e desdobramentos das ocupações. Percebemos que o Ninja ES não só se preocupou em veicular conteúdo produzido por colaboradores no Espírito Santo, mas também compartilhou narrativas de outras ações pelo Brasil afora, como ocupações em escolas paranaenses e atos contra a PEC 55 em Brasília, por exemplo.

Também verificamos as palavras mais recorrentes dentro de nosso *corpus*: em primeiro lugar está a palavra “escola”, que apareceu 645 vezes, seguida respectivamente de “estudantes” (608 vezes), “PEC” (261 vezes), “ocupa” (256 vezes) e “educação” (204 vezes). Também identificamos as hashtags mais recorrentes: em primeiro lugar, está #ocupatudo, com 212 menções nas postagens, seguida respectivamente por #ocupaes (148 menções), #primaverasecundarista (90 menções), #contrapec241 (74 menções) e #pecdofimdomundo (50 menções). A partir do levantamento dos primeiros dados quantitativos, passamos a empreender uma análise qualitativa do material, sob o ponto de vista do processo de enunciação, amparado por uma ampla rede de colaboração.

Considerações finais

Entendemos que uma parte consistente do *dataset* analisado abrangeu a cobertura das ocupações escolares capixabas. Assim como alguns veículos informativos tradicionalmente fazem, os midiativistas do Ninja ES e seus colaboradores estiveram presencialmente em alguns espaços que estavam sendo administrados pelos alunos, cobrindo as ações e fazendo registros como fotos e vídeos. Eles acompanharam ações de entretenimento, oficinas culturais, aulas e debates com voluntários, assim como atos propriamente da organização do movimento, com mutirões para limpeza e alimentação.

Em algumas ocasiões, os midiativistas cobriram ações policiais nas escolas, inclusive quando a polícia fez uma barreira para evitar que os manifestantes ocupassem

o prédio da Sedu⁹ ou quando religiosos fizeram uma vigília em frente da Escola Viva, de São Pedro, bairro da periferia de Vitória (ES), para apoiar a ação dos estudantes¹⁰. Nesse sentido, a cobertura das ocupações foi um momento importante do trabalho dos midiativistas para mostrar o dia a dia de quem participou do movimento, as tentativas de negociação com as autoridades e a forma como os alunos envolveram a comunidade nas atividades. Em grande parte das ocupações, a vizinhança das escolas foi convidada a participar das ações estudantis, para reforçar, na visão dos estudantes, que a escola não é da administração pública, mas sim da comunidade.

Entre as ações mostradas pelos midiativistas, nesta categoria especificamente, estavam pedidos de doação de materiais de higiene e limpeza, além de alimentos. Além disso, o Ninja ES relatou fatos sobre a ocupação da sede da Secretaria de Estado da Educação (Sedu), quando, por exemplo, o secretário estadual de Direitos Humanos, Júlio Pompeu, participou de uma roda de conversa com os estudantes, para tentar ajudar nas negociações, após algumas desavenças entre os alunos e o secretário estadual de Educação, Haroldo Rocha, que não permitiu que os manifestantes tivessem acesso ao banheiro do prédio¹¹.

Em muitas postagens dessa categoria, percebemos que manifestantes enviaram material para publicação no Ninja ES, em uma prática de construção colaborativa de narrativas. Como foram mais de 60 espaços ocupados, na Grande Vitória e no interior do Espírito Santo, não havia como a equipe do Ninja ES cobrir todos os acontecimentos do dia a dia, por isso um recurso para dar conta de tantos eventos simultâneos foi usar as narrativas enviadas por parceiros. Esse esforço deu origem a narrativas construídas de forma colaborativa, quando os manifestantes tinham chance de ganhar voz por meio do Ninja ES. Em todos os casos de elaboração do material, os midiativistas do Ninja ES faziam postagens anonimizadas em sua *fanpage*, sem informar quem era o autor do texto ou imagem, apenas informando que era conteúdo do Ninja ES.

O mesmo aconteceu durante a cobertura dos protestos sobre a PEC 55 (PEC 241), a segunda categoria de postagem identificada em nosso estudo. A equipe do Ninja ES fez transmissões ao vivo dos protestos que aconteceram em Vitória, em uma prática

⁹ Informações disponíveis em: <<http://g1.globo.com/espirito-santo/educacao/noticia/2016/11/estudantes-mantem-ocupacao-no-patio-da-sedu-no-es.html>>. Acesso em: 30 jan. 2018.

¹⁰ Informações disponíveis em: <<http://g1.globo.com/espirito-santo/educacao/noticia/2016/11/padre-faz-vigilia-favor-de-estudantes-nas-ocupacoes-no-es.html>>. Acesso em: 30 jan. 2018.

¹¹ Mais informações disponíveis em: <<http://seculodiario.com.br/31578/16/depois-de-pressao-governo-envia-secretario-de-direitos-humanos-para-dialogar-com-ocupantes-da-sedu>>. Acesso em: 30 jan. 2018.

conhecida como *live*, para mostrar as ações dos manifestantes. Esse tipo de conteúdo foi fundamental para atrair mais participantes para atos, como o protesto que aconteceu em frente ao Palácio Anchieta, sede do governo estadual¹², reunindo aproximadamente 10 mil pessoas, entre integrantes de movimentos estudantil e sociais, além de entidades de trabalhadores.

Outra categoria de postagem identificada em nosso estudo foi a viralização de temas nacionais. Nessa situação específica, os midiativistas compartilhavam notícias de portais jornalísticos e de outros coletivos de mídia independente sobre ocupações em outros locais do País, além de protestos em várias cidades contra a PEC 55. Essa estratégia alinhava o Ninja ES às outras ações nacionais, empreendidas em vários Estados, mas que tinham o mesmo objetivo: contestar a estipulação de um teto de gastos no orçamento público para áreas prioritárias, como educação e saúde.

A quarta e última categoria identificada em nosso *dataset* diz respeito aos desdobramentos das ocupações, como, por exemplo, as questões referentes aos processos de aplicação do Exame Nacional do Ensino Médio (Enem), cujas provas foram adiadas para alguns participantes que tiveram seus locais de exame ocupados por estudantes¹³. No mesmo período das ocupações, havia o segundo turno das eleições municipais, que também foi impactado pelas ocupações, com a transferência de alguns locais de votação para outros espaços¹⁴. Nessa categoria, também estão as repercussões jurídicas das ocupações, quando o Governo estadual entrou na Justiça para conseguir multar as famílias dos estudantes que estavam participando do movimento estudantil¹⁵, ou mesmo quando a Defensoria Pública entrou com uma ação para apoiar o direito dos alunos de ocupar os espaços¹⁶.

Ao tratar desses assuntos, o Ninja ES ofereceu ao movimento estudantil a chance de ser ouvido, de ter voz durante esses desdobramentos, já que muitas lideranças não davam entrevista aos veículos de comunicação capixabas, como apuramos em nosso

¹² Mais informações disponíveis em: <http://www.gazetaonline.com.br/cbn_vitoria/reportagens/2016/11/manifestacao-em-vitoria-contrapec-55-reune-movimentos-sociais-e-sindicatos-1013995183.html>. Acesso em: 30 jan. 2018.

¹³ Mais informações disponíveis em: <<http://g1.globo.com/espirito-santo/educacao/noticia/2016/11/enem-e-adiado-em-escolas-ocupadas-no-es-confira-lista.html>>. Acesso em: 30 jan. 2018.

¹⁴ Mais no site <https://www.gazetaonline.com.br/especiais/eleicoes_2016/2016/10/ocupacao-muda-locais-onde-44-mil-vao-votar-1013990856.html>. Acesso em: 30 jan. 2018.

¹⁵ Mais no site <<https://www.gazetaonline.com.br/noticias/cidades/2016/11/pais-de-alunos-que-ocuparem-as-escolas-podem-ser-multados-em-ate-20-salarios-1013992275.html>>. Acesso em: 30 jan. 2018.

¹⁶ Mais informações no site <<http://g1.globo.com/espirito-santo/educacao/noticia/2016/11/defensoria-do-es-entra-com-acao-favor-de-alunos-que-ocupam-sedu.html>>. Acesso em: 30 jan. 2018.

estudo. Além disso, o Ninja ES noticiou os protestos abordando a perspectiva dos estudantes com exclusividade, pois o movimento estudantil praticamente legitimou o coletivo como sendo um porta-voz dos protestos, ao fornecer dados exclusivos para os midiativistas, e muitas vezes não tendo nenhum tipo de diálogo com a imprensa capixaba, como apuramos.

Sendo assim, entendemos que o Ninja ES promove um embate com a mídia corporativa na disputa pela construção de discursos midiáticos, pois oferece uma versão muitas vezes alternativa ao que é noticiado na imprensa corporativa. Percebemos, inclusive, que o Ninja ES tinha uma informação mais precisa sobre a quantidade de escolas ocupadas durante a época dos protestos, e que essa informação divergia dos dados publicados pela imprensa tradicional capixaba, como os próprios ativistas comparavam.

Consideramos que o Ninja ES configurou-se como uma verdadeira agência de notícias durante o período de ocupação das escolas públicas do Espírito Santo, convertendo-se em um *hub* midiático de conteúdo alternativo, construído a partir de narrativas independentes elaboradas pelos midiativistas. Dotados de dispositivos como celulares, tablets e câmeras digitais, os midialivristas fogem do modo de trabalho dos veículos de massa para “[...] produzir uma comunicação em rede que faz alimentar novos gostos, novas agendas informativas e novos públicos, alargando assim o espaço público midiático” (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 24). Isso porque o espaço público, que deveria funcionar como um quarto poder, tem sido dominado por um sistema midiático comprometido com os poderes econômico e político hegemônicos (RAMONET, 2013).

Sendo assim, entendemos que os midialivristas são atores que narram dentro dos acontecimentos, movimentando as redes sociais a partir das ruas, postando versões dos acontecimentos, muitas com caráter de relato, sem uma maior reflexão ou aprofundamento, de forma contínua e muitas vezes espontânea. São esses sujeitos em movimento que alimentam o Ninja ES com suas narrativas textuais e imagéticas.

Referências

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. São Paulo; Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

DOWNING, John. **Mídia radical**: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo: Senac São Paulo, 2002.

- ENZENSBERGER, Hans Magnus. **Elementos para uma teoria dos meios de comunicação**. São Paulo: Conrad, 2003.
- FOUCAULT, Michel. O sujeito e o poder. In: DREYFUS, Hubert L.; RABINOW, Paul. **Michel Foucault, uma trajetória filosófica**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.
- HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. **Bem-estar comum**. Rio de Janeiro: Record, 2016.
- HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. **Multidão**. Rio de Janeiro: Record, 2014.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. **A internet e a rua**. Porto Alegre: Sulina, 2013.
- MINAYO, Maria Cecília S. **O desafio do conhecimento**. São Paulo: Hucitec, 2007.
- SCOLARI, Carlos Alberto. Narrativas Transmídias: Consumidores implícitos, mundos narrativos e branding na produção da mídia contemporânea. **Parágrafo**, v. 1, n. 3, p. 7-19, jan. /jun. 2015.
- SHIRKY, Clay. **A cultura da participação**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- SHIRKY, Clay. **Lá vem todo mundo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- SODRÉ, Muniz. **A narração do fato**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.